

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA MIE GACOAN CABANG KOTABARU YOGYAKARTA**



Oleh:

Ananda Mardasurya Kurnia

11170213

Program Studi Bisnis Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Halaman Persetujuan

Judul : Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Suasana Terhadap
Kepuasan Konsumen Pada Mie Gacoan Cabang Kotabaru Yogyakarta.
Nama : Ananda Mardasurya Kurnia
NIM : 11170213
Mata Kuliah : Skripsi
Program Studi : Manajemen
Semester : 9
Tahun Akademik : 2021



Telah diperiksa dan disetujui *y B. uji*
Yogyakarta, 14 Desember 2021

Purwani Retno Andalas
Dra. Purwani Retno Andalas, M.M.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ananda Mardasurya Kurnia
NIM : 11170213
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

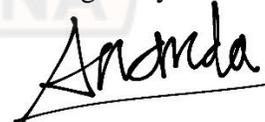
“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN KOTABARU YOGYAKARTA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 30 Oktober 2022

Yang menyatakan



(Ananda Mardasurya Kurnia)

NIM.11170213

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACOAN KOTABARU
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ANANDA MARDASURYA KURNIA

11170213

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Pada tanggal 12 Agustus 2022

Nama Dosen

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)

2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

(Dosen Penguji)

3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



.....



.....



.....

Yogyakarta, 12 Agustus 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERSYARATAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN CABANG KOTABARU
YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain, Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah ada dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 27 Juni 2022



Ananda Mardasurya Kurnia

11170213

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

“Lakukanlah kewajibanmu dengan setia terhadap TUHAN, Allahmu, dengan hidup menurut jalan yang ditunjukkan-Nya, dan dengan tetap mengikuti segala ketetapan, perintah, peraturan dan ketentuan-Nya, seperti yang tertulis dalam hukum Musa, supaya engkau beruntung dalam segala yang kau tuju”.

(1 Raja-Raja 2:3)

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”.

(Yesaya 41:10)

“Ingatlah impianmu dan perjuangkanlah untuk itu. Kamu harus tau apa yang kamu inginkan dari kehidupan. Hanya satu hal yang membuat impianmu menjadi mustahil: ketakutan akan kegagalan”.

(Paulo Coelho)

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu mensupport serta memberi saran dalam pembuatan skripsi ini sehingga proses dalam pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

1. Tuhan Yesus selalu memberikan berkat yang berlimpah bagi saya dalam pembuatan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.
2. Kepada Kedua Orang Tua saya yang telah memberikan doa dan dukungan dalam segala aktivitas saya selama ini.
3. Kepada Kedua Adik saya, Hizkia, dan Yosia yang telah memberikan doa dan dukungan dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.
4. Kepada dosen pembimbing saya Ibu Dra. Purwani Retno A, Dra, MM, M.M. yang telah memberikan banyak waktu kepada saya untuk berkonsultasi sehingga dalam pembuatan skripsi menjadi lebih baik.
5. Kepada Christina Fanny Aditya yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Kepada teman-teman saya Damasus Haris H, Yori Ardy Setiawan, Yandhito Allan, Jihanita Rahma Praditha, Gradiksa Agriardan, Thressa Marcellino NYS, Diazma Arzy Dewanto, Heronimus Pangestu, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dalam memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugerah-Nya yang begitu besar bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH PERSEPSI HA**

RGA, KUALITAS PRODUK, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIE GACOAN CABANG KOTABARU YOGYAKARTA”. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih jauh dari sempurna, baik dalam hal keterbatasan kemampuan, penggunaan bahasa, pengetahuan penulisan maupun penyajian. Penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang dapat membantu penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Demikian susunan ini dibuat, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 27 Juni 2022

Penulis,



Ananda Mardasurya Kurnia

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xii
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2.....	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	15
BAB 3.....	20
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	20
3.2 Sampel dan Data Penelitian.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5 Identifikasi Variabel Dan Definisi Operasional Variabel.....	21
3.6 Model Penelitian.....	24

3.7 Metoda Analisis Data.....	25
A. Analisis Regresi Berganda.....	26
BAB 4.....	28
4.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	28
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	28
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	39
BAB 5.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	42
5.3 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	45
LAMPIRAN 1.....	45
LAMPIRAN 2.....	50
REKAPITULASI DATA X1 DAN X2.....	50
LAMPIRAN 3.....	53
REKAPITULASI DATA X3 DAN Y.....	53
LAMPIRAN 4.....	56
VALIDITAS.....	56
RELIABILITY.....	56
DESKRIPTIF.....	57
REGRESI LINER BERGANDA DAN PARSIAL (t-test).....	60
UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²).....	60
SIMULTAN (F).....	60
R TABEL.....	61
LAMPIRAN 5.....	64
HALAMAN PERSETUJUAN.....	64
LAMPIRAN 6.....	65

KARTU KONSULTASI SKRIPSI.....	65
LAMPIRAN 7.....	66
LEMBAR REVISI UJIAN PENDADARAN.....	66
LAMPIRAN 8.....	67
LEMBAR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 3.5.3 Defenisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.2.3.1 Profil Responden Menurut Konsumen.....	30
Tabel 4.2.3.2 Profil Responden Menurut Lamanya.....	30
Tabel 4.2.3.3 Profil Responden Menurut Frekuensi Beli.....	31
Tabel 4.2.3.4 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2.3.5 Profil Responden Menurut Usia	32
Tabel 4.2.3.6 Profil Responden Menurut Pendidikan.....	33
Tabel 4.2.3.7 Profil Responden Menurut Pekerjaan.....	33
Tabel 4.2.3.8 Profil Responden Menurut Pendapatan.....	34
Tabel 4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
Tabel 4.2.5 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	37
Tabel 4.2.6 Hasil Perhitungan Uji F.....	37
Tabel 4.2.7 Hasil Perhitungan Uji t.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.6 Kerangka Penelitian.....24



PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN CABANG KOTABARU YOGYAKARTA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan suasana terhadap kepuasan konsumen pada Mie Gacoan Cabang Kotabaru Yogyakarta.

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas 4 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen terdiri atas: persepsi harga, kualitas produk, dan suasana. Sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

Sampel diambil dengan menggunakan metode purposive sampling sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen Mie Gacoan cabang Kotabaru Yogyakarta dengan cara menyebarkan kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, dengan uji hipotesis yaitu uji-F dan uji-t.

Hasil: dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji regresi linier, dapat disimpulkan bahwa, Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana dan Kepuasan Konsumen.

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY AND ATTEMPT ON
CONSUMER SATISFACTION ON GACOAN NOODLES, KOTABARU
YOGYAKARTA BRANCH.**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, product quality and atmosphere on consumer satisfaction at Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta Branch.

The variables in this study consisted of 4 independent variables and 1 dependent variable. The independent variables consist of: price perception, product quality, and atmosphere. While the dependent variable is customer satisfaction.

Samples were taken using purposive sampling method as many as 100 respondents. This research was conducted using a survey method to consumers of Mie Gacoan in Kotabaru Yogyakarta branch by distributing questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression, with hypothesis testing, namely F-test and t-test.

Results: From the results of data analysis that has been carried out through linear regression testing, it can be concluded that, Price Perception has a significant effect on consumer satisfaction, thus, this research hypothesis is accepted. Product quality has a significant effect on consumer - satisfaction, thus, this research hypothesis is accepted. atmosphere has a significant effect on consumer - satisfaction, thus, this research hypothesis is accepted.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Atmosphere and Consumer Satisfaction.

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Besarnya jumlah penduduk di Indonesia merupakan wadah yang sangat potensial bagi perusahaan untuk menjual produknya. Perusahaan dalam dan luar negeri mencoba meluncurkan usaha dan mengembangkan berbagai macam produk yang disukai pelanggan potensial. Banyaknya perusahaan tersebut menimbulkan persaingan usaha. Sebuah perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnis jika dapat menarik pelanggan sebanyak - banyaknya. Jika sebuah perusahaan dapat menarik pelanggan sebanyak mungkin, itu juga dapat menghasilkan keuntungan yang besar.

Dinamika dunia bisnis yang semakin sulit menuntut perusahaan untuk menghadapi tantangan pasar dan menggunakannya sebagai peluang untuk bertahan di masa depan. Dalam situasi saat ini, perusahaan perlu lebih aktif dalam mendistribusikan dan meluncurkan produknya agar dapat terjual sesuai dengan yang diharapkan.

Saat ini makanan pedas dan lezat seperti Mie, sedang digandrungi oleh masyarakat umum, termasuk kalangan pelajar di Yogyakarta. Nama rumah makan tersebut ialah Mie Gacoan Cabang Kotabaru yang terletak di Jalan Krasak Timur No. 13, Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta dekat dengan Gor Kridosono Yogyakarta. Beragam jenis varian Mie pedas dan minuman di jual di tempat ini, masyarakat Yogyakarta, termasuk kaum milenial juga terdorong untuk mengunjungi tempat ini karena harga dan selera serta cita rasa masakan yang gurih dan pedas. Dari kalangan muda hingga tua banyak menghabiskan waktu di Mie Gacoan Kotabaru, bersantai bersama keluarga, bertemu dengan teman dan kerabat. Mie Gacoan Kotabaru menunjukkan bahwa tingkat kunjungan hariannya yang cukup tinggi dan selalu ramai pengunjung, ini menunjukkan bahwa terdapat kepuasan konsumen yang tinggi dari pengunjungnya.

Kemunculan Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta membuat pelanggan menemukan alasan untuk membeli dan merasa puas. Maka dapat dikatakan bahwa pembeli berikutnya sangat dipengaruhi dengan hasil pembelian sebelumnya. Di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta ini kepuasan konsumen akan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Dengan kata lain, penghasilan

perusahaan akan meningkat. Kepuasan konsumen timbul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Suasana.

Mie Gacoan menawarkan menu yang bervariasi. Secara khusus untuk menu terdiri dari Mie Setan yang rasanya gurih dan asin, Mie Iblis yang rasanya manis karena menggunakan kecap. Bagi yang tidak suka dengan rasa pedas sama sekali maka disarankan untuk mencoba Mie Angle. Tingkat kepedasan Mie Gacoan mulai dari level 0 (nol) hingga level 8 (delapan). Selain menyajikan mie, Mie Gacoan menyajikan aneka dim - sum seperti siomay, lumpia udang, udang rambutan dan lainnya. Untuk minumannya memiliki berbagai macam minuman dingin yang menyegarkan dengan nama yang unik yaitu ada genderuwo, Tuyul, Sundel Bolong, serta Pocong. Dari namanya saja, konsumen tertarik untuk mencicipi dan membedakan betapa enaknyanya Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta.

Harga merupakan faktor untuk menunjukkan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Menurut Swasta (2014) harga merupakan faktor kedua yang dapat terjaga oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Bentuk cara perusahaan menawarkan harga kepada konsumen adalah dengan menawarkan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan saingannya. Produk yang berkualitas tinggi dan harga terjangkau pasti memiliki banyak penggemar. Jika harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk, maka konsumen dapat berfikir ulang untuk membeli produk tersebut. Belakangan ini, seiring berjalannya waktu dengan semakin beragamnya jenis produk mie di kota Yogyakarta seperti Mie Gacoan dan merek lain membuat persaingan di sektor bisnis kuliner semakin ketat. Semua ini tergantung pada tekstur, kualitas, bentuk, rasa, dan harga yang bervariasi.

Kualitas produk merupakan faktor yang menentukan kepuasan yang dirasakan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap produk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, sehingga perusahaan harus menyesuaikan produknya dengan kebutuhan atau preferensi konsumen dan mempromosikan inovasi produk tersebut. Ketika konsumen merasa puas dengan produk yang diusulkan, secara otomatis konsumen akan membuat keputusan pembelian. Inilah yang dicari oleh suatu pemasaran dimana tujuan akhir dari pemasaran adalah menjadi sukses, yaitu memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat suatu produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan harapan pelanggan.

Tampilan dan nuansa yang optimal dari suasana toko, terutama di restoran cepat saji adalah perantara yang menyediakan informasi tentang berbagai produk. Hal ini tampak dari jumlah produk yang dipajang pada etalase dan ragam (*Point Of Purchase Display (POP Display)*). Termasuk dalam *POP Display* adalah pajangan produk dalam ruangan dan label petunjuk produk yang dijual dalam suatu toko. Suasana restoran cepat saji yang positif memiliki pengaruh emosi serta perilaku pembelian. Musik, dapat menjadi salah satu cara untuk mempengaruhi emosi dan perilaku pembelian pada konsumen, sehingga musik dapat mempengaruhi persepsi dan informasi konsumen dalam kepuasan pembelian konsumen. Selain musik, salah satu cara untuk memikat konsumen adalah aroma. Aroma dapat memberikan informasi tersembunyi kepada konsumen tentang produk yang dijual di toko tersebut. Artinya, aroma yang digunakan harus sesuai dengan identitas dari toko atau gerai tersebut. Semakin lama dan semakin banyak konsumen berada di toko, maka konsumen akan semakin terdorong untuk membeli dalam jumlah banyak. Dengan menciptakan peluang tersebut, maka pembeli merasa betah dan terus berbelanja.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan (Daryanto,2013:9). Konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah menerima setiap layanan, tergantung pada seberapa baik mereka memenuhi atau melampaui harapan mereka. Hal ini disebabkan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional dan reaksi konsumen setelah melakukan pembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Konsumen yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright,2007:102). Puas tidaknya konsumen diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Kotler dan Keller,2009:139).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MIE GACOAN CABANG KOTABARU YOGYAKARTA (Studi Kasus di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta Jl. Krasak

Timur No. 13, Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta dekat dengan Gor Kridosono Yogyakarta).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka yang jadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta?
- c. Apakah suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembeli konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

- a. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta.
- b. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta.
- c. Untuk menemukan bukti empiris pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan Cabang KotaBaru Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Restoran

Dapat memberikan manfaat bagi Mie Gacoan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Mie Gacoan dan dapat menjadi acuan dalam upaya meningkatkan kinerja Mie Gacoan dengan adanya penelitian ini.

b. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diinginkan dapat meningkatkan dan mampu meluaskan pengetahuan dan pemahaman mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Suasana terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta.

c. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah pada kasus kehidupan nyata di dunia bisnis.



BAB 5

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Suasana terhadap Kepuasan Pembeli Konsumen Di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta.
3. Suasana berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Kuesioner penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan – pilihan jawaban yang diberikan.
2. Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden, dengan responden terbatas konsumen yang ada di Yogyakarta yang pernah membeli produk Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini tidak bisa di generalisasi kan atau berlaku umum.
3. Variabel peneliti hanya sebagian kecil mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara, masih banyak variabel lain yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

5.3 Saran

1. Saran Bagi Perusahaan

- Pada variabel persepsi harga, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,001. Pada variabel ini berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini terlihat bahwa responden memperhatikan persepsi harga Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta. Sehingga, Mie Gacoan Kotabaru

Yogyakarta dalam menetapkan sebuah harga harus memperhatikan indikator yang dipersepsikan oleh konsumen, seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

- Pada variabel kualitas produk, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,000. Pada variabel ini berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini terlihat bahwa responden memperhatikan kualitas produk Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta. Sehingga, kualitas harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan.
- Pada variabel suasana, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,00. Pada variabel ini berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini terlihat bahwa responden memperhatikan suasana dari Mie Gacoan Kotabaru Yogyakarta. Sehingga, perusahaan harus terus meningkatkan suasana karena dengan lingkungan yang lebih nyaman akan membuat konsumen menjadi betah dan menimbulkan kesan yang baik.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel penelitian, sehingga mampu mengungkap faktor – faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah keragaman usia, menambah pekerjaan, menambah pendidikan, menambah kelompok penghasilan perbulan sehingga data yang diperoleh lebih detail dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Handojo, S. M. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di D'cost Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(2), 643-654.
- Teesen, F. I., & Sinabutar, R. (2021). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GACOAN, BALI. *Jurnal Ekonomis*, 14(1a).
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- AL HUZEN, S. E. T. Y. A. W. A. N. (2021). *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN EXPERIENTIAL MARKETING PADA MIE KOBER JEMBER* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).
- LORWENS, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Teduh Café Yogyakarta. *Bachelor thesis, Universitas Kristen Duta Wacana*. (Placeholder1)
- MERAPI, K. K. D., & SETIAWAN, M. PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP .
- GINANDA, P. K. D. *Pengaruh kualitas Layanan, Harga, Dan Servicescape Terhadap Minat Beli Ulang Pada Restoran Mie Gacoan DI Kabupaten Jember the Effect of Service Quality, Price, and Servicescape on Repurchase Intention in Gacoan Noodle Restaurant in Jember Regency* (Doctoral dissertation, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember 2020).
- Bachriansyah, R. A., & Ferdinand, A. T. (2011). "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang)" (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Alip, A. N. (2021). *PENGARUH PERSEPSI ATMOSFER TOKO, PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SWALAYAN MUTIARA CAHAYA SLAWI* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- (PENGARUH STORE ATMOSPHERE, FOOD QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG GACOAN PONOROGO, 2021)